

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA PADA
PROGDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis FISIP UPN “Veteran” Jatim**



Oleh :

DENI IRWANTO
0542010034

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2010**

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA PADA
PROGDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

DENI IRWANTO
0542010034

Telah di setujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 030 223 612

Pembimbing Pendamping

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 030 207 136

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 030 175 349

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA PADA
PROGDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

Disusun Oleh :

DENI IRWANTO
0542010034

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 23 April 2010**

Pembimbing Utama

**Tim Penguji
1.**

Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 030 223 612

Drs. Sadjudi, S.E, M.Si
NIP. 030 134 635

Pembimbing Pendamping

2.

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 030 207 136

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 957 200 046

3.

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 030 207 136

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 030 175 349

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Skripsi dengan judul **“Variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada progdi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur”**.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si dan Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan petunjuk kepada penulis dan tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Suparwati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Drs. Sadjudi, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

5. Kedua orang tua penulis yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun materiil sehingga dapat terselesaikannya laporan Skripsi ini.
6. Saudara dan teman-teman yang sudah memberi semangat dan dukungannya dalam menyelesaikan laporan Skripsi ini.

Penulis menyadari segala keterbatasan kemampuan dan pengetahuan, sehingga saran dan kritik bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan ini.

Akhir kata penulis berharap semoga laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, April 2010

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
ABSTRAKSI	ix
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	11
2.2 Pengertian Jasa	11
2.2.1 Karakteristik Jasa.....	12
2.2.2 Klasifikasi Jasa	15
2.2.3 Kualitas Jasa	21
2.2.4 Produk Jasa	22
2.2.5 Pengertian Harga/Tarif Jasa.....	23
2.2.5.1 Tujuan Penetapan Harga/Tarif	24

2.2.5.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Harga/Tarif	25
2.2.6 Saluran Distribusi Bisnis Jasa.....	29
2.2.7 Pengertian Orang	30
2.2.8 Pengertian Bukti Fisik	31
2.2.9 Pengertian Proses.....	33
2.2.9.1 Pengelompokan Proses Jasa.....	33
2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	35
2.3.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen	35
2.3.2 Faktor-faktor Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	37
2.4 Kerangka Berfikir.....	41
2.5 Hipotesis.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional.....	44
3.2 Populasi, Sampel dan Proposional Stratifikasi Random Sampling..	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	53
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.	53
3.4.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.4.3 Teknik Analisis Linier Berganda	57
3.5 Pengujian Hipotesis.....	58

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat UPN “Veteran” Jawa Timur	62
4.1.1 Visi, Misi dan Tujuan UPN “Veteran” Jawa Timur	64

4.1.2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur	65
4.1.2.1 Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.....	66
4.1.3 Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur	67
4.1.3.1 Visi, Misi dan Tujuan Prodi Ilmu Administrasi Bisnis.....	67
4.1.4 Lokasi UPN “Veteran” Jawa Timur.....	68
4.1.5 Struktur Organisasi FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur	69
4.2 Deskripsi Hasil kuesioner	80
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	91
4.3.1 Uji Validitas	91
4.3.2 Uji Reliabilitas	93
4.4 Asumsi Klasik	94
4.4.1 Heteroskadasitas.....	94
4.4.2 Uji Autokorelasi.....	94
4.4.3 Multikolinieritas.....	95
4.4.4 Uji Normalitas.....	96
4.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	97
4.5.1 Analisis Koefisien Korelasi Koefisien Determinasi	100
4.5.2 Pengujian Hipotesis.....	101
4.5.2.1 Uji f (Uji Simultan)	101

4.5.2.2 Uji t (Uji Parsial).....	103
4.5.3 Koefisien Korelasi Parsial.....	111
4.6 Pembahasan.....	113

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.1 Gambar Kerangka Berfikir.....	42
4.1 Gambar Heteroskadasitas.....	94
4.2 Gambar Normal Plot	97
4.3 Gambar Daerah Penerimaan dan Penolakan H_0 Uji F	102
4.4 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_1	104
4.5 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_2	106
4.6 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan atau Penolakan Variabel X_3	107
4.7 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_4	108
4.8 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_5	109
4.9 Gambar Kriteria Daerah Penerimaan Atau Penolakan Variabel X_6	110

DAFTAR TABEL

3.1	Jumlah Mahasiswa Administrasi Bisnis	50
4.1	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik X_1	80
4.2	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perhatian X_2	82
4.3	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keandalan X_3	83
4.4	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap X_4	85
4.5	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jaminan X_5	86
4.6	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga X_6	87
4.7	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)	89
4.8	Uji Validitas	91
4.9	Uji Realibilitas	93
4.10	Nilai Durbin Watson	95
4.11	Nilai Variance Inflation Variabel Bebas	96
4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	98
4.13	Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi	100
4.14	Hasil Perhitungan Uji F	101
4.15	Hasil Perhitungan Uji T	103
4.16	Nilai Koefisien Korelasi Parsial	111

**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA PADA
PROGDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”**

JAWA TIMUR

Oleh :

DENI IRWANTO

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan secara maksimal agar terciptanya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditujukan konsumen atas barang dan jasa. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Seperti halnya Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur merupakan perguruan tinggi swasta sebagai pihak penyedia jasa pendidikan yang diinginkan oleh mahasiswa yaitu dengan memberikan pelayanan jasa pendidikan secara maksimal agar terciptanya kepuasan pada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara simultan yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. 2) Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara parsial yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Administrasi Bisnis yang masih aktif dari TA. 2005/2006 sampai TA. 2009/2010 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 146 orang dengan menggunakan Teknik Proporsional Stratifikasi Random Sampling. Jenis data penelitian ini adalah data primer. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Selanjutnya data dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis data disimpulkan bahwa 1) Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa,

2) Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata kunci : bukti fisik (*tangibles*), perhatian (*empathy*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), harga (*price*) dan kepuasan mahasiswa.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, setiap perusahaan baik perusahaan jasa ataupun barang. Dalam pemasaran terdapat berbagai permasalahan yang penting dan harus segera diselesaikan, mengingat persaingan barang dan jasa yang dipasarkan semakin ketat. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat agar dapat memenangkan persaingan tersebut.

Pemasaran merupakan salah satu media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang menyenangkan, fasilitas-fasilitas dan harga yang menunjang dan prosedur yang ditetapkan perusahaan, yang mana hal tersebut akan membentuk rasa kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditujukan konsumen atas barang dan jasa. Konsumen akan merasa puas apabila keinginan dan harapan yang diterima terpenuhi, sebaliknya konsumen akan merasa tidak puas apabila keinginan dan harapan yang diterima belum terpenuhi. Meskipun perusahaan telah berusaha untuk memberikan kepuasan secara optimal kepada konsumennya. Akan tetapi tingkat kepuasan masing-masing konsumen berbeda, sehingga untuk mengetahui seberapa jauh produk yang dihasilkan oleh perusahaan dapat diterima oleh konsumen itu sulit untuk mengetahuinya. Memahami kebutuhan dan

keinginan seseorang dalam hal ini konsumen berpengaruh penting kepuasan. Konsumen puas merupakan tujuan utama dari perusahaan apabila konsumen puas mereka akan terus melakukan pemakaian terhadap jasa pilihannya dan menaruh *image* baik yang dapat menunjang citra baik perusahaan, dan sebaliknya jika konsumen merasa tidak puas mereka tidak akan melakukan pembelian ulang dan menaruh *image* buruk serta dapat memberitahukan kepada orang lain buruknya perusahaan tersebut. jika produk atau jasa dapat memenuhi harapan konsumen dengan prestasi yang diberikan, maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya jika harapan jauh dari prestasi yang diharapkan, konsumen akan merasa tidak puas.

Seperti halnya ketika konsumen akan memilih jasa pendidikan suatu perguruan tinggi baik swasta atau negeri, konsumen akan dipengaruhi oleh kepuasan mereka dalam menggunakan jasa pendidikan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu :

Bukti fisik (*tangibles*) merupakan penampilan fasilitas fisik seperti (gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kelengkapan peralatan komunikasi, penampilan karyawan dan dosen).

Perhatian (*emphaty*) merupakan perhatian secara individual yang diberikan pada mahasiswa seperti kemudahan menghubungi pihak perguruan tinggi dan yang bersangkutan, kemampuan berkomunikasi dengan mahasiswa, usaha pihak perguruan tinggi memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan respons atau kesigapan karyawan dan dosen dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Meliputi : kecepatan karyawan menangani transaksi, penanganan keluhan mahasiswa.

Jaminan (*assurance*) merupakan kemampuan karyawan dan dosen atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan memberikan pelayanan, ketampilan memberikan informasi.

Harga merupakan salah satu faktor penentu seseorang dalam menggunakan jasa, karena dengan kestabilan harga dan penetapan harga maka konsumen akan merasa puas dan selanjutnya konsumen akan memperlihatkan peluang menggunakan jasa di perusahaan itu dilain waktu. Kemampuan keuangan sangat menentukan pilihan. ini adalah faktor terpenting mulai uang pendaftaran, uang gedung, uang kuliah pokok, uang SKS, uang praktikum, uang ujian, uang buku, uang kesehatan, uang KKN, uang skripsi, dan lain-lain.

Peranan sebuah perguruan tinggi secara keseluruhan diukur dari keberhasilannya dalam memberikan pelayanan pendidikan secara baik dan memuaskan sehingga dapat membantu para mahasiswa untuk mendapatkan pendidikan sesuai dengan menurut jurusan yang diambarnya. Mahasiswa yang sudah berhasil lulus diharapkan mampu menerapkan bidang keahliannya dan bersaing dengan lulusan perguruan tinggi lainnya.

Seperti halnya Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur merupakan perguruan tinggi swasta yang ternama hal tersebut dapat dilihat dari pihak [UPN "Veteran" Jawa Timur Raih Penghargaan PTS Unggulan Versi](#)

Kopertis VII Pengumuman tentang Perguruan Tinggi Swasta unggulan kembali disampaikan untuk tahun 2008 oleh Kopertis wilayah VII Jatim, jika pada tahun sebelumnya terdapat 10 kampus unggulan untuk masing-masing kategori, untuk tahun ini hanya diumumkan 5 kampus unggulan untuk masing-masing kategori. Berdasarkan hasil penilaian tim Kopertis wil VII Jatim, terdapat tiga kategori kampus unggulan yang dinilai yaitu kategori Universitas, Kategori Poltek, Institut dan Akademi serta Kategori Anugerah Kampus Unggul (AKU). Dalam penilaian kategori Universitas, UPN “Veteran” Jatim termasuk dalam lima unggulan terbaik. Menurut Ketua Kopertis wil VII Jatim, Prof. Dr. H. Soegijanto, MS, Apt, pihaknya sengaja memberikan penghargaan hanya kepada 5 PTS yang bertujuan untuk lebih memotivasi PTS agar semakin baik dalam mengelola kampusnya, menurutnya pula penilaian penghargaan itu antara lain didasarkan pada bidang tata kelola, penelitian dan pengabdian masyarakat, serta bidang kemahasiswaan (sumber : *website* www.upnjatim.ac.id).

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur mempunyai beberapa fakultas yang dapat menjadi pilihan calon mahasiswa, salah satunya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang mana mempunyai akreditasi dan fasilitas pelayanan pendidikan yang diberikan sebagai sarana penunjang pendidikan yang modern. Dan didalamnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terdapat tiga (3) jurusan, diantaranya :

1. Jurusan Ilmu Komunikasi
2. Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis
3. Jurusan Ilmu Administrasi Negara

Diantara ketiga (3) jurusan tersebut salah satunya memiliki akreditasi A yaitu Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Departemen Pendidikan Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 028 / BAN-PT / AK-IX / VII / 2006, 26 Juni 2006.

Berdasarkan uraian tersebut di atas maka penulis tertarik meneliti tentang **Variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara simultan mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur ?
2. Apakah variabel-variabel bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara parsial mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan melihat rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bukti fisik, perhatian, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan harga secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti secara empiris mengenai beberapa variabel yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.

2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai langkah-langkah alternatif dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang berhubungan kepuasan mahasiswa pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.